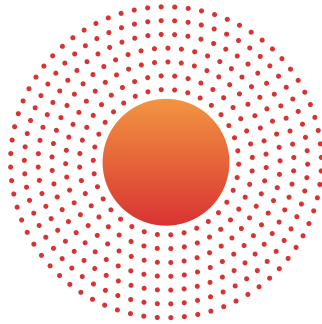




SEMINARI ONLINE

ASSIRM
FORMAZIONE | 21





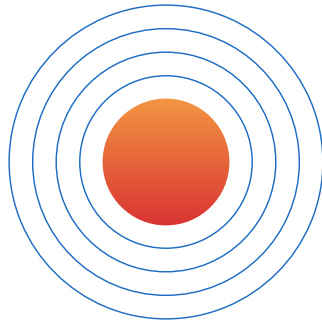
PREMESSA DI
MATTEO LUCCHI
PRESIDENTE ASSIRM

Più che mai nell'ultimo anno le Aziende hanno dovuto affrontare i temi del cambiamento; si sono trovate costrette a ripensare alla propria organizzazione, alla relazione con i collaboratori, al rapporto con il mercato e con i clienti, alla sostenibilità del proprio modello di business.

Si è generato un contesto nuovo, in rapidissimo cambiamento, sempre più complesso e competitivo. Un contesto all'interno del quale "informazione e formazione" rappresentano ormai leve imprescindibili per lo sviluppo del business e riguardano sia le Imprese sia i singoli professionisti.

Solo investendo sulla crescita e sull'aggiornamento del proprio capitale umano, favorendo un percorso di contaminazione generazionale e dei saperi tra le esperienze del passato e le nuove competenze introdotte dal digitale, le Aziende potranno vincere le sfide della quotidianità e dell'innovazione, proiettandosi verso il futuro.

All'interno di questo scenario, Assirm conferma la centralità del proprio ruolo sociale a supporto delle Imprese e del Sistema Paese, offrendo una proposta formativa di alta qualità, facilmente accessibile e fruibile, pensata per favorire il progresso dei professionisti della Ricerca di Mercato di oggi e di domani.



PRESENTAZIONE PIANO FORMATIVO
CINZIA CASTIGLIONI
DIRETTRICE CENTRO STUDI
E FORMAZIONE ASSIRM

La formazione all'eccellenza metodologica per la Ricerca sui consumatori e l'aggiornamento costante sulle nuove tendenze di mercato sono da anni il fiore all'occhiello delle attività del Centro Studi e Formazione Assirm. Quest'anno, oltre a rinnovare l'obiettivo di promuovere la consapevolezza sull'importanza del rigore metodologico e a fornire una visione allargata sulle innovazioni del settore, la proposta formativa di Assirm intende anche offrire un supporto e un accompagnamento alle nuove trasformazioni in atto nel mondo del lavoro, che richiedono un ripensamento delle modalità di gestione del proprio tempo e delle proprie risorse.

La nostra ambizione si è tradotta in una più ricca, ampia e articolata offerta formativa, distinta su tre filoni tematici tra loro paralleli e complementari.

Consapevoli che la community professionale che oggi si rivolge alla Ricerca sui consumi e sui mercati è varia e in crescita, proponiamo tale suddivisione tematica proprio per rispondere alle esigenze di un ampio spettro di stakeholder: i ricercatori associati, in primis, ma anche i fruitori della Ricerca, siano essi esperti di marketing e comunicazione operanti in aziende, agenzie di comunicazione o società di consulenza, con proposte ad hoc in funzione anche del diverso livello di seniority aziendale.

Anche quest'anno i corsi Assirm possono vantare docenti altamente qualificati, provenienti dal mondo dell'Accademia e delle Aziende, per portare non solo un **know how scientifico**, ma anche **best practice** di applicazione del sapere alla gestione di casi aziendali reali.

ALLA (RI)SCOPERTA DELL'INTERVISTA QUALITATIVA: METODI E STRATEGIE PER UNA CONDUZIONE DI SUCCESSO

08
GIU

Anna Zinola, Consulente e Docente
@Università Cattolica di Milano
ore 14.30 - 17.30

Il seminario ha l'obiettivo di fornire gli elementi utili alla realizzazione di un'intervista qualitativa. Dapprima sarà preso in considerazione l'intero processo (dalla stesura della traccia di intervista all'analisi del materiale) e, quindi, saranno approfonditi i metodi e le tecniche di intervista. Nel dettaglio saranno esaminati i singoli elementi che contribuiscono a rendere un'intervista efficace, quali l'introduzione dell'intervistatore e dell'intervistato, la gestione dei silenzi, il ruolo e l'influenza del setting.

CAMPIONAMENTO: ISTRUZIONI PER L'USO

30
GIU

Paolo Mariani, Professore Ordinario
Statistica Economica @Università
degli Studi di Milano-Bicocca
ore 10.00 - 13.00

Il campione può rappresentare l'unica fonte di informazioni di cui si dispone per l'interpretazione dei fenomeni e per il supporto decisionale in azienda. Partendo dal piano di campionamento, che rappresenta la scelta di una specifica procedura di selezione delle unità della popolazione di riferimento, si definirà la determinazione della numerosità campionaria. L'utilizzo di casi reali consentirà di prendere una iniziale, ma operativa, confidenza con la tematica.

01

ASSIRM FORMAZIONE 2021

PRINCIPLES OF MARKET RESEARCH

LA SEGMENTAZIONE DI MERCATO: UTILIZZARE STRUMENTI STATISTICI PER UN POSIZIONAMENTO VINCENTE

14
SET

Marco Cerri, Head of Data Analytics and
Technology Innovation @Freedra Media
ore 14.30 - 17.30

Nessuna azienda può sopravvivere a lungo senza trovare nuovi clienti e conoscerne le caratteristiche. Per chi fa marketing la segmentazione è alla base delle strategie aziendali per lo sviluppo del prodotto, la pubblicità, la promozione, la definizione delle politiche di prezzo e la distribuzione.

Obiettivo del corso è quello di fornire gli strumenti statistici di cluster analysis attraverso la presentazione di numerosi esempi di applicazione a casi reali, così da guidare i partecipanti, in modo naturale, alle decisioni migliori per la soluzione di concreti problemi aziendali.

DIVENTARE SOCIAL LISTENER: STRUMENTI E CONOSCENZE NECESSARIE PER ASCOLTARE LA RETE

20
OTT

Angela Covre, Group Social Media Specialist
@De'Longhi Group
ore 10.00 - 13.00

Il Social Listening è diventato oggi uno strumento essenziale per conoscere meglio i propri consumatori e fornire alla propria azienda nuovi spunti consumatori-centrici.

Questo corso intende affrontare il tema del Social Listening a 360°, fornendo le conoscenze necessarie per: comprendere come sfruttare al meglio il conversato dai vari social media; identificare lo strumento più adeguato alla propria azienda; individuare i corretti KPI per la creazione della reportistica; avere maggiore consapevolezza circa il ruolo delle community social e saper affrontare al meglio una social media crisis.

PERSONAL TIME MANAGEMENT: UN METODO PER LAVORARE (E VIVERE) MEGLIO

15|22
GIU
*PACCHETTO DI
DUE MODULI

Antonio Besana, Docente Master in
International Marketing Management
@**Università Cattolica di Milano**
ore **10.00 - 13.00**

Spesso sentiamo l'ansia causata da compiti urgenti e importanti. Le cose da fare raramente sono sia urgenti sia importanti. Le percepiamo come tali se abbiamo sbagliato qualcosa nella pianificazione del nostro tempo. La gestione efficace del tempo è spesso solo una questione di tecniche da imparare. Temi trattati dal corso: valore del tempo, classificazione delle priorità, gestione delle riunioni, pianificazione, controllo, delega, gestione delle interruzioni e degli imprevisti. Padroneggiare queste tecniche, diminuire lo stress e fare sì che le cose accadano ci può aiutare a vivere meglio.

LAVORARE PER OBIETTIVI CON LO SMART WORKING: COME FAVORIRE L'AUTONOMIA E L'INIZIATIVA DEI PROPRI COLLABORATORI

08
LUG

Leonardo Milan, Business Coach
@**WikiCoaching**
ore **14.30 - 17.30**

Per attuare lo Smart Working occorre che il lavoro sia organizzato per obiettivi e non per compiti, che ci sia l'autonomia dei collaboratori per consentire la flessibilità di orari e di luogo di svolgimento del lavoro. Solo così si massimizzano i vantaggi per i lavoratori e per l'Organizzazione. La sola flessibilità del luogo non è sufficiente a determinare il Lavoro Agile - Smart Working. Lavorare per obiettivi è dunque il primo passo per favorire l'autonomia e l'iniziativa dei collaboratori e ottenere un cambiamento significativo della cultura organizzativa. Nel seminario saranno sviluppate e sperimentate le migliori metodologie per la definizione degli obiettivi e lo sviluppo dei risultati.

02

ASSIRM FORMAZIONE 2021 MANAGERIAL SKILLS

AGILE PROJECT MANAGEMENT: OPPORTUNITÀ O NECESSITÀ?

21
SET

Daniel Trabucchi, Assistant Professor
of Innovation and Project Management
@**Politecnico di Milano**
ore **10.00 - 13.00**

Viviamo in un mondo sempre più imprevedibile: le tecnologie digitali e l'iperconnessione in cui viviamo rendono il cambiamento - sia tecnologico sia di mercato - una costante oramai imprescindibile. Per questo, molte aziende stanno mettendo in discussione i tradizionali principi di gestione dei progetti. Il mondo del software ha dato i natali agli approcci agili, che sono sempre più utilizzati anche in altri settori. Ma cosa significa essere agili? E soprattutto, abbiamo davvero l'opportunità di diventare più agili... o è una necessità imprescindibile per restare rilevanti?

OLTRE LO STORYTELLING: COMUNICARE SMAR²T IN PUBBLICO

03
NOV

Doriano Marangon, Adjunct Professor
di Leadership e Comunicazione
@**MIP-Politecnico di Milano**
ore **10.00 - 13.00**

Oltre lo storytelling: come rendere emozionale la comunicazione in modo da essere in grado di ispirare il nostro pubblico e i collaboratori. Quanto si è abili nell'usare una forma di comunicazione razionale o emozionale? Quando scegliere l'una o l'altra? L'acronimo SMAR²T permette di approfondire alcuni aspetti fondamentali per migliorare la performance nel public speaking. Nel seminario verranno illustrate le competenze necessarie a rendere più efficaci le presentazioni, virtuali o in presenza, grazie alla strutturazione dei messaggi e alla sintonia cognitiva da sviluppare con le proprie audience.

LA SOSTENIBILITÀ CHE CONTA: VALORE DI RIFERIMENTO PER I CONSUMATORI RESPONSABILI E LEVA DI MARKETING PER LE IMPRESE LEADER

17
GIU

Paolo Anselmi, Docente di Marketing Sociale @Università Cattolica di Milano
ore 10.00 - 13.00

Negli ultimi anni è progressivamente cresciuta la consapevolezza della gravità e dell'urgenza delle sfide ambientali e sociali che le nostre società devono fronteggiare; la sostenibilità è divenuta elemento fondativo del "nuovo paradigma", riferimento per l'agire economico, le politiche pubbliche e le nuove culture di consumo. Mentre i consumatori si orientano verso stili di vita e di consumo più sostenibili, le imprese sono chiamate a dimostrare l'autenticità del loro impegno, rendendo la sostenibilità una componente costitutiva della qualità di prodotti e servizi, nonché un elemento distintivo dell'identità e del posizionamento della marca al fine di farne una efficace leva di vantaggio competitivo.

PRECISION ADVERTISING: IL CUORE DELLA DIGITAL TRANSFORMATION

14
LUG

Paola Sinagra, Digital Director @L'Oréal
ore 10.00 - 13.00

Durante il corso sarà possibile scoprire tutto quello che c'è da sapere oggi riguardo il Precision Advertising: le principali piattaforme digitali e le migliori tecniche di marketing per far fronte alla moltitudine di touchpoint, che si sono sviluppati e diffusi cambiando completamente la view del consumatore, sempre più omnichannel e padrone del processo di comunicazione. Vedremo come le tecnologie hanno cambiato il modo di fare marketing, media, customer care e come l'accesso ai dati diventi la risorsa per eccellenza nel processo decisionale.

03

ASSIRM FORMAZIONE 2021

INNOVATION & NEW TRENDS IN MARKETING AND MARKET RESEARCH

UN MONDO POST-COOKIE DI TERZA PARTE E IL FUTURO DELL'IDENTITÀ DIGITALE

06
OTT

Giovanna Loi, Chief Digital Officer @GroupM Italia
ore 10.00 - 13.00

Negli ultimi anni la privacy degli utenti sta diventando un tema chiave nella filiera pubblicitaria e sempre più vendor hanno deciso di eliminare dai propri browser i cookie di terze parte per il tracciamento. Tra questi anche Google, che ha annunciato di bloccarli su Chrome a partire dal 2022.

Quale sarà l'impatto sulla filiera pubblicitaria online? Quali le soluzioni possibili? Sarà ancora possibile fare campagne mirate? Come cambieranno le metriche per la misurazione?

OLFATTO: LA NUOVA LEVA DI COMUNICAZIONE

30
NOV

Francesca Piana, Marketing & Communications @Integra Fragrances
ore 14.30 - 17.30

Il branding olfattivo è ancora oggi un ramo poco esplorato del marketing. Tuttavia, grazie alla sua potenza evocativa e persistenza nella memoria, l'olfatto è un linguaggio di comunicazione sempre più apprezzato dai brand internazionali di molteplici settori. Profumare gli ambienti significa riscoprire l'aria - risorsa immateriale e inestinguibile - come un'opportunità.

In un mondo dove la responsabilità sociale e la promozione del benessere sono determinanti per le aziende, la gestione ottimale dell'aria negli ambienti indoor diventa chiave per prendersi cura delle proprie persone con un claim di sostenibilità.

01

PRINCIPLES OF MARKET RESEARCH

ALLA (RI)SCOPERTA DELL'INTERVISTA QUALITATIVA: METODI E STRATEGIE PER UNA CONDUZIONE DI SUCCESSO

Anna Zinola, Consulente e Docente
@Università Cattolica di Milano

08
GIUGNO
2021

14.30
3 ore

CAMPIONAMENTO: ISTRUZIONI PER L'USO

Paolo Mariani, Professore Ordinario Statistica Economica
@Università degli Studi di Milano-Bicocca

30
GIUGNO
2021

10.00
3 ore

LA SEGMENTAZIONE DI MERCATO: UTILIZZARE STRUMENTI STATISTICI PER UN POSIZIONAMENTO VINCENTE

Marco Cerri, Head of Data Analytics and Technology Innovation
@Freeda Media

14
SETTEMBRE
2021

14.30
3 ore

DIVENTARE SOCIAL LISTENER: STRUMENTI E CONOSCENZE NECESSARIE PER ASCOLTARE LA RETE

Angela Covre, Group Social Media Specialist
@De'Longhi Group

20
OTTOBRE
2021

10.00
3 ore

02

MANAGERIAL SKILLS

PERSONAL TIME MANAGEMENT: UN METODO PER LAVORARE (E VIVERE) MEGLIO

Antonio Besana, Docente Master in International Marketing Management
@Università Cattolica di Milano

15 e 22
GIUGNO
2021

10.00
3 ore

LAVORARE PER OBIETTIVI CON LO SMART WORKING: COME FAVORIRE L'AUTONOMIA E L'INIZIATIVA DEI PROPRI COLLABORATORI

Leonardo Milan, Business Coach
@WikiCoaching

08
LUGLIO
2021

14.30
3 ore

AGILE PROJECT MANAGEMENT: OPPORTUNITÀ O NECESSITÀ?

Daniel Trabucchi, Assistant Professor of Innovation and Project Management
@Politecnico di Milano

21
SETTEMBRE
2021

10.00
3 ore

OLTRE LO STORYTELLING: COMUNICARE SMART IN PUBBLICO

Doriano Marangon, Adjunct Professor di Leadership e Comunicazione
@MIP-Politecnico di Milano

03
NOVEMBRE
2021

10.00
3 ore

03

INNOVATION & NEW TRENDS IN MARKETING AND MARKET RESEARCH

LA SOSTENIBILITÀ CHE CONTA: VALORE DI RIFERIMENTO PER I CONSUMATORI RESPONSABILI E LEVA DI MARKETING PER LE IMPRESE LEADER

Paolo Anselmi, Docente di Marketing Sociale
@Università Cattolica di Milano

17
GIUGNO
2021

10.00
3 ore

PRECISION ADVERTISING: IL CUORE DELLA DIGITAL TRANSFORMATION

Paola Sinagra, Digital Director
@L'Oréal

14
LUGLIO
2021

10.00
3 ore

UN MONDO POST-COOKIE DI TERZA PARTE E IL FUTURO DELL'IDENTITÀ DIGITALE

Giovanna Loi, Chief Digital Officer
@GroupM Italia

06
OTTOBRE
2021

10.00
3 ore

OLFATTO: LA NUOVA LEVA DI COMUNICAZIONE

Francesca Piana, Marketing & Communications
@Integra Fragrances

30
NOVEMBRE
2021

14.30
3 ore

SEMINARI ONLINE

ASSIRM FORMAZIONE | 21

QUOTA DI ISCRIZIONE SINGOLO SEMINARIO ONLINE:

99 € + IVA

*Seminario "Personal Time Management: un metodo per lavorare (e vivere) meglio", pacchetto di due moduli: **169 € + IVA**

APPROFITTA DEGLI SCONTI CHE RISERVIAMO SU PIÙ ISCRIZIONI:

Dalla 2° iscrizione in poi: **15% di sconto**

SEI UN ASSOCIATO ASSIRM?

Singola iscrizione: **20% di sconto**
Dalla 2° iscrizione in poi: **25% di sconto**

Posti limitati, le classi sono a numero chiuso.

ISCRIZIONI
ONLINE

REGISTRATI QUI

ASSIRM

Ricerca. Conoscenza. Futuro.

Per ulteriori informazioni:

ASSIRM
C.so Magenta, 85
20123 Milano
Tel. 02 58315750

centrostudi@assirmservizi.com